



Sílabo de Ética Profesional

I. Datos generales

Código	AAUC 00185			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	3			
Periodo académico	2019			
Prerrequisito	Ninguno			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	2

II. Sumilla de la asignatura

El curso contiene: La teoría psicológica, antropológica y sociológica de la moral; los colegios profesionales y su código de ética; ética en los negocios, el ambiente cambiante y la administración de stakeholders; enfoques de administración de stakeholders y de casos; principios éticos, pruebas rápidas y lineamientos para la toma de decisiones; la corporación y los stakeholders externos manejar la responsabilidad moral: de la sala de juntas al mercado; la corporación y los stakeholders internos liderazgo moral basado en valores, cultura, estrategia y autorregulación; stakeholders empleados y la corporación.

III. Competencia

Identifica la teoría psicológica, antropológica y sociológica de la moral; los colegios profesionales y su código de ética; ética en los negocios, el ambiente cambiante y la administración de stakeholders para establecerlo en su desenvolvimiento profesional, aplicando estos conceptos en casos prácticos mediante los enfoques de administración de stakeholders, y lineamientos para la toma de decisiones morales en su vida profesional.



IV. Organización de los aprendizajes

Unidad	Conocimientos	Procedimientos	Actitudes
I	Presentación de Syllabus, examen de entrada.	Identifica los temas que comprende el sílabo y desarrolla la prueba diagnóstica de entrada.	Aumentar la comprensión y uso de la ética en la solución de dilemas éticos que ocurren en su formación profesional y que afrontará como profesional.
	La ética y la ética profesional: conceptos fundamentales	Reconoce la importancia de la objetividad moral y la formulación de principios morales.	
	La ética y otras disciplinas que ocupan la conducta humana.	Identifica a las disciplinas que ocupan la conducta humana.	
	Desarrollo de sentido de ciudadanía del Profesional y sus valores. La ética y la deontología. Los códigos de ética profesional. (*)	Reconoce la importancia de los códigos éticos.	
II	Ética en los negocios y el ambiente cambiante Cinco mitos sobre la ética en los negocios.	Identifica la importancia de la ética en los negocios de un ambiente cambiante.	
	Definición del enfoque de administración de stakeholder.	Reconoce la importancia del enfoque de los stakeholders y la ética profesional.	
	Enfoque de stakeholders y razonamiento ético	Establece la relación del enfoque de los stakeholders y el razonamiento ético.	
	Criterios de decisión, creatividad moral y razonamiento ético Funciones de responsabilidad social	Analiza la importancia de la creatividad moral y la responsabilidad social.	
Evaluación parcial			
III	La responsabilidad moral corporativa de los stakeholders externos.	Reconoce la importancia de la responsabilidad moral corporativa en los stakeholders externos.	Aumentar la comprensión y uso de la ética en la solución de dilemas éticos que ocurren en su formación profesional y que afrontará como profesional.
	Responsabilidad corporativa y el ambiente.	Relaciona la responsabilidad corporativa y la responsabilidad del manejo ambiental en ellas.	
	La corporación y los stakeholders internos Liderazgo y administración de los stakeholders.	Identifica la importancia del liderazgo moral y ético en la administración de los stakeholders.	
	Cultura de la organización y administración de los stakeholders.	Analiza la importancia de la cultura organizacional-	
IV	Satakeholders empleados: La fuerza laboral	Reconoce la importancia de la calidad de vida laboral y la ética en a administración de los stakeholders.	
	Derechos y responsabilidades del empleado y del empleador.	Relaciona el estudio de la ética y las responsabilidades del empleado y del empleador.	
	Discriminaciones, oportunidades iguales, acosos sexuales.	Identifica las formas de discriminación y acosos sexuales en la vida laboral.	
	Denuncia de irregularidades frente a la lealtad de la organización	Reconoce la importancia de la denuncia de irregularidades en las organizaciones.	
Evaluación final			



V. Estrategias metodológicas

La estrategia metodológica aplicada es activa que se va a utilizar presentando los temas del contenido y luego el desarrollo de casos prácticos relacionados al tema y a su vez con preguntas de discusión que ayude al alumno deducir sus propias conclusiones de lo discutido, a su vez las evaluaciones mayormente van estar centradas en la solución de casos individuales y grupales.

VI. Sistema de evaluación

Rubros	Instrumentos	Peso
Evaluación diagnóstica	Prueba objetiva	
Consolidado 1	Lista de cotejo Rubrica Prueba mixta	20%
Evaluación parcial	Prueba objetiva	20%
Consolidado 2	Lista de cotejo Rúbrica Prueba mixta	20%
Evaluación final	Prueba objetiva	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Prueba objetiva	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

VII. Bibliografía

7.1 Básica

- **Schmidt, E.** (2004). *Ética y negocios para América Latina* (3ª ed.). Biblioteca Universitaria Universidad del Pacífico.
- **Weiss, J.W.** (2006). *Ética en los negocios* (4ª ed.). México: Thomson. Biblioteca: 174.4 W48 2006

7.2 Complementaria

- **Blanchard, K. y O'Connor.** *Administración por valores* (1ª ed.). Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- **Covey, S. R.** (1996). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva* (4ª ed.). México: Editorial Paidós.
- **Covey, S.R.** (2005). *El 8º hábito* (1ª ed.). Buenos Aires, Argentina.
- **Espejo Reese, R.** (2003). *Ética y empresas: el caso de la banca peruana* (2ª ed.). Lima, Perú: Centro de Investigación Universidad del Pacífico.



- **Géliner Octave** (2000). *Ética de los negocios* (4ª ed.). México: Limusa Noriega Editores.
- **Ortiz C., P.** (2007). *Ética social* (1ª ed.). Lima – Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos I.

7.3 Recursos digitales

- Monroy Morales, C.A. (Febrero, 1998). La ética profesional. *El Mundo*, 12(39), p. 3-3. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/367844789?accountid=146219>
- Navarro, M. y Ciprés, M.S. Actitudes de los estudiantes de administración de empresas hacia la responsabilidad social corporativa y la ética empresarial/ Attitudes of business administration students towards corporate social responsibility and business ethics. *Revista Complutense de Educación* 2011; 22(2):235-248. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1019435192?accountid=146219>
- Barber, C.M. y Damas, S.H. (2009). El acoso mediático a los personajes públicos desde la perspectiva ética de los periodistas madrileños/Media harassment of public figures from the ethical perspective of journalists in Madrid. *Revista Latina de Comunicación Social*, (64), p.880-893A. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/740980959?accountid=14621>